

CROSSMEDIA baut Digitalbereich aus und benennt neuen Managing Partner

Düsseldorf, 20. Juli 2022. Digitalexperte und CROSSMEDIA-Eigengewächs Michael Schmitz wird zum Managing Partner befördert. Unter ihm bündelt die unabhängige Mediaagentur ihre digitalen Spezialdisziplinen, die zukünftig auch eigenständig am Markt agieren sollen.

Mit Michael Schmitz [41] ernennt Crossmedia erstmals einen Managing Partner explizit für die Digital Specialties und trägt damit der Entwicklung ihres digitalen Angebotes Rechnung. Der Bereich, zu dem neben Search, eCommerce/Performance, Ad Operations und Social Media Advertising auch Nucleus, das programmatische Angebot der Crossmedia, gehört, ist zuletzt stark gewachsen und befindet sich weiterhin im Ausbau. Schmitz ist bereits seit 2006 an Bord von Crossmedia und mit über 16 Jahren Erfahrung im Geschäft ein echter Digital-Pionier, der das Leistungsangebot des Independents entscheidend mitgeprägt hat. Seine Karriere bei Crossmedia begann er im Bereich SEA und verantwortete in der Folge sowohl den Auf- und Ausbau des datengetriebenen, programmatischen Leistungsangebotes, als auch die Etablierung von Crossmedia als eine der führenden Paid-Social-Agenturen in Deutschland.

In seiner neuen Rolle wird es Michael Schmitz Aufgabe sein, das Leistungsangebot der verschiedenen digitalen Disziplinen auf die sich immer weiter wandelnden Anforderungen von Unternehmen anzupassen und die Kollaboration zwischen Agentur und Kunde weiter zu intensivieren. Darüber hinaus sollen die einzelnen Specialties künftig noch stärker eigenständig im Markt agieren und Werbetreibenden als Spezial-Dienstleister für fokussierte Aufgabenfelder zur Verfügung stehen. In den vergangenen Monaten hat Crossmedia die Führung der einzelnen digitalen Spezialbereiche bereits durch seniorige Neuzugänge wie Samuel Andratschke und Benjamin Dietrich (beide OMD) sowie Beförderungen aus den eigenen Reihen gestärkt. So wurden zuletzt die beiden Crossmedia-eigenen Digitalexpertinnen Svenja Erdmann und Giang Nguyen zur gemeinsamen Führungsspitze für den Nucleus ernannt. Abseits von den Spezialdisziplinen sind digitale Planung und Strategie bei Crossmedia direkt in den jeweiligen Kundenteams angesiedelt.

„Michael hat das digitale Angebot der Crossmedia von Anfang an mitgeformt und ist maßgeblich dafür verantwortlich, dass wir heute über die richtigen Antworten für die digitalen Herausforderungen unserer Kunden verfügen und diese immer weiterentwickeln können. Das gilt für unsere nationalen wie internationalen Kunden gleichermaßen“, so Sebastian Schichtel, Geschäftsführer Digital bei Crossmedia.

„Durch die zu erwartende noch weiter voranschreitende Fragmentierung der digitalen Möglichkeiten und die sich rasant beschleunigende digitale Transformation, steht der ganze Markt vor großen Herausforderungen. Meine Aufgabe ist es, Impulsgeber für Innovation, neue Tools, Planungsansätze und Prozesse zu sein und unser Angebot immer weiterzuentwickeln“, fasst Michael Schmitz zusammen. „Wir haben unglaublich viel auf der Agenda – von smarteren Lösungen für die Zeit nach dem 3rd Party Cookie bis zur weiteren Schärfung unseres Angebotes im Bereich E-Commerce.“

Über CROSSMEDIA

CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert. Mit insgesamt 600 Mitarbeitenden ist CROSSMEDIA mit acht Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2007 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Zum Kundenportfolio gehören u. a. Aktion Mensch, Bundeswehr, Etihad, Gustavo Gusto, Heycar, LichtBlick, LIDL, Suzuki, Tamaris und Tommy Hilfiger.

www.crossmedia.de | www.crossmedia.com | www.xmvoice.blog

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH
Nicole Weschke & Ann-Sophie Altmeier
Hildebrandtstraße 24A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.441/0211.86652.171
nic.an@crossmedia.de